

Bereits jeder 10. Gast kommt heute aus Zentral- und Osteuropa

Utl.: Neben dem erfolgreichen Kerngeschäft Winter sieht ÖW auch großes Potenzial für den heimischen Sommertourismus =

Wien (TP/OTS) - Der zentral- und osteuropäische Raum (CEE) hat sich in den letzten Jahren zu einer der dynamischsten Herkunftsregionen für den heimischen Tourismus entwickelt. "Ankünfte aus CEE weisen eine überdurchschnittlich hohe Wachstumsrate auf. In den letzten 15 Jahren wurden die Ankünfte aus diesen Ländern mehr als verdreifacht. 1995 stammten 4% der ausländischen Gäste aus CEE-Ländern, 2010 waren es bereits mehr als 10%", erklärte Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW) Der zentral- und osteuropäische Raum (CEE) hat sich in den letzten Jahren zu einer der dynamischsten Herkunftsregionen für den heimischen Tourismus entwickelt. "Ankünfte aus CEE weisen eine überdurchschnittlich hohe Wachstumsrate auf. In den letzten 15 Jahren wurden die Ankünfte aus diesen Ländern mehr als verdreifacht. 1995 stammten 4% der ausländischen Gäste aus CEE-Ländern, 2010 waren es bereits mehr als 10%", erklärte Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), heute bei einem Pressegespräch in Wien.

Dass die Krise zeitversetzt aber doch auch im Tourismus ankommen wird, ist Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, überzeugt. "Es gilt jetzt, wachsam zu sein und die richtigen Marketingentscheidungen zu treffen", stellt sie fest. "Im internationalen Tourismusmarketing konzentrieren wir uns jetzt auf jene Märkte, die durch ihre Nähe zu unserem Land das größte Potenzial haben. In weiter entfernten Märkten arbeiten wir mit ungebremster Kraft weiter und können da und dort Marktanteile zurückgewinnen", so Stolba weiter.

Laut Bericht des Tourismus-Expertenbeirats, der bei der Tourismuskonferenz in Linz präsentiert wurde, wird der heimische Tourismus auch in den nächsten Jahren von einem hohen Niveau aus weiter wachsen. Der Wachstumskorridor wurde von den Experten mit einem jährlichen Umsatzwachstum von 1,8 bis 2,5% beziffert. In Nächtigungen bedeutet das eine Steigerung von 1%-2% p.a, das wären im Jahr 2015 131 bis 138 Millionen Nächtigungen - bzw. bei den Ankünften ein Plus von rund 2 bis 3% p.a. Allerdings sehen die Experten deutliche Unterschiede im Wachstum der Ankünfte aus den verschiedenen

Regionen. Werden die traditionell starken Herkunftsmärkte in Westeuropa um 1,7% - 2,6% p.a. wachsen, sind in den Fernmärkten 3,8% - 5,0% p.a. und in Zentral- und Osteuropa sogar 6,5% - 8,3% p.a. möglich. "Das heißt, das Wachstum in Zentral- und Osteuropa und in den Fernmärkten ist für den heimischen Tourismus erfolgsentscheidend. Die traditionellen Märkte müssen natürlich weiter bearbeitet werden, aber wir müssen alle gemeinsam die Chancen der touristischen Wachstumsmärkte nutzen", so Stolba.

Die Österreich Werbung verfolgt daher bei ihrer Marktbearbeitung in den verschiedenen Regionen unterschiedliche Stoßrichtungen. Geht es in Westeuropa darum, Österreich als Urlaubsziel in den Köpfen zu verankern und wo nötig einen Imagewandel herbeizuführen, heißt es in den Fernmärkten das derzeitige Wachstum und die Dynamik zu nutzen. "In Indien und China entsteht eine Mittelschicht, da müssen wir den Fuß in der Tür haben. Daher haben wir vor kurzem auch speziell für diese Märkte eine Internationalisierungs-offensive gestartet, die es den österreichischen Anbietern zu sehr attraktiven Konditionen ermöglicht, erste Schritte in diesen Märkten zu setzen oder eine bereits bestehende Marktbearbeitung zu intensivieren", so Stolba.

Im CEE-Raum lautet die Devise: Wachstum und Dynamik nutzen und das vorhandene Potenzial ausschöpfen. Angesichts der wirtschaftlichen Eckdaten dieser Region lässt sich die Größe dieses Potenzials abschätzen: 276,5 Mio. Einwohner und ein BIP von 4.215 Milliarden USD. CEE wäre damit die viertgrößte Volkswirtschaft (zum Vergleich: BIP AT: 332 Milliarden USD, BIP DE: 3.306 Milliarden USD). Die ÖW setzt in dieser Region auf die Märkte Tschechische Republik, Polen, Ungarn, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Kroatien sowie Russland und Ukraine.

Allesamt Märkte, in denen in den vergangenen 20 Jahren nicht nur massive politische, sondern auch gesellschaftliche Umbrüche stattgefunden haben. Dieser Wandel hatte auch enorme Auswirkungen auf das Reiseverhalten. Die potenziellen Österreich-Gäste sind nicht nur zahlenmäßig, sondern auch qualitativ eine äußerst interessante Zielgruppe, erläuterte Mag. Emanuel Lehner, Region Manager der ÖW für Zentraleuropa und von 2004 bis 2010 Region Manager in Russland: "Wir reden hier von sehr gut ausgebildeten Menschen, ein hoher Anteil an Akademikerinnen, Angestellten und Selbstständigen, die durchschnittlich um zehn Jahre jünger als die klassischen Österreich-Urlauber sind. Urlaub genießt in dieser Zielgruppe einen sehr hohen Stellenwert, Reise- und Entdeckungslust sind ungebrochen.

Besonders geschätzt wird die österreichische Gastfreundschaft und Servicequalität."

Was die Reisegewohnheiten betrifft, so kommen etwa 2/3 der Gäste im Winter und 1/3 im Sommer. "Österreich ist beim Winterurlaub überall in CEE die Nummer 1. Eine Position, die es angesichts der stark wachsenden Konkurrenz von Südtirol, aber auch eigenen Schigebieten in Polen oder der Slowakei zu verteidigen gilt", so Lehner. Generell setzt die ÖW in Zentraleuropa auf kreatives Marketing und aufsehenerregende Events, um für Urlaub in Österreich zu begeistern. So wurde zuletzt am Strand des polnischen Ostseebades Sopot mit 60 jungen Skifahrern mitten im Sommer für einen (österreichischen) Wintereinbruch gesorgt.

Gleichzeitig geht es aber auch darum, Gästen aus CEE den Sommerurlaub schmackhaft zu machen und "Urlaub in Österreich" als attraktive Sommerdestination zu positionieren. Denn hier liegt noch viel Potenzial, wie beispielsweise die jüngste Länderstudien zur Tschechischen Republik und Ungarn der ÖW-Tourismusforschung bestätigt. "Derzeit kommen die tschechischen und ungarischen Gäste vor allem im Winter, aber: das Volumen der Sommerurlauber ist in beiden Ländern wesentlich größer als jenes der Winterurlauber", so Lehner.

Die ÖW wird daher auch in den kommenden Jahren einen Fokus auf diese Region legen. "Für 2012 planen wir erstmals eine gemeinschaftliche Zentraleuropakampagne mit durchgängigem Konzept. Parallel dazu kommt auch durch die ÖW-Internationalisierungsoffensive 'Neuer Schwung' in die zentraleuropäischen Märkte. Gemeinsam mit unseren Partnern, denen wir als kompetenter Partner für die Marktbearbeitung zur Verfügung stehen, werden wir alles daran setzen, aus diesen Urlaubern auch Stammgäste zu machen", so Stolba abschließend.

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Österreich Werbung
Tel.: +43 (0)1 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://www.austriatourism.com>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0002 2011-08-24/14:51

241451 Aug 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110824_TPT0002